

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan teknologi pada era persaingan bisnis yang semakin ketat pada saat ini, maka para pelaku usaha dan perusahaan menciptakan berbagai inovasi produk agar lebih kreatif dan agresif dalam melakukan pelayanan yang efektif bagi pelanggan. Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis perusahaan harus menjamin mutu yang baik dengan meningkatkan produktivitas serta efisiensi yang tinggi dalam mengatasi masalah pada perusahaan. Menurut Chrismardani (2014), pemasaran merupakan suatu kegiatan mendistribusikan, penetapan harga barang dan jasa perusahaan dalam mentransfer nilai-nilai pertukaran antara perusahaan ke pelanggannya. Penting bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan salah satunya dengan memberikan kualitas produk.

Kualitas produk merupakan salah satu hal utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan selalu dituntut untuk menciptakan produk yang berkualitas karena dengan adanya produk yang berkualitas perusahaan akan mendapatkan predikat yang bagus dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atas produk yang dibuatnya. Menurut Santoso (2019), kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan senagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Aspek yang diperlukan selain kualitas produk untuk

menciptakan kepuasan pada pelanggan tidak lepas dengan adanya promosi.

Peningkatan penjualan suatu produk dapat dilakukan dengan cara promosi, promosi merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk kepada pelanggan dan ini menjadi hal yang sangat penting karena berhubungan dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Promosi akan bisa berguna dengan optimal jika didukung dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik, guna penyampaian informasi mengenai produk yang dipasarkan. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui kompetitor mana yang berpotensi menyaingi produk yang di miliki perusahaan. Menurut Wati (2020) promosi adalah elemen dalam bauran pemasaran perusahaan yang di gunakan untuk menginformasikan, mengingatkan, dan membujuk tentang produk perusahaan. Disamping promosi, faktor penting yang menentukan atau mengarah pada kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan.

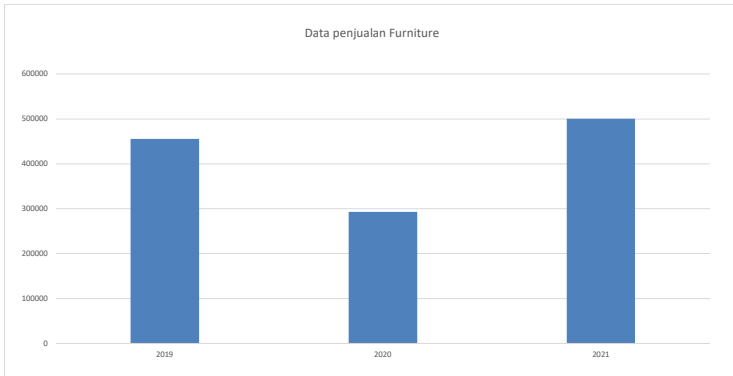
Kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan pelanggan terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Saputra (2019), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Upaya yang dilakukan perusahaan agar dapat bertahan pada persaingan bisnis saat ini tidak lepas dengan memberikan layanan yang baik, maka akan membuat pelanggan beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan layanannya. Begitu pula sebaliknya jika pelanggan beranggapan layanan yang diberikan buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan terhadap pelanggan. Tingkat kepuasan

pelanggan dapat diartikan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil kinerja produk (jasa) yang di terima dan seperti apa yang diharapkannya sehingga terciptanya kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan memegang peran penting bagi perkembangan perusahaan dan sudah menjadi konsep sentral dalam teori maupun praktik pemasaran. Menurut Afrina dan Hastuti (2018), Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan dan menciptakan kerja sama jangka panjang. Semakin banyak kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, maka perusahaan berhasil dalam mencapai tujuannya yaitu menciptakan kepuasan pelanggan.

PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik terletak di Jl. Kepatihan Industri No. 11, Menganti, Gresik merupakan perusahaan yang bergerak pada industri manufaktur kayu yang memproduksi *furniture*. Produk yang dihasilkan yaitu *pintu, wall panel, kitchen set, office furniture, wardrobe, dining table*, dan lain-lain. Adanya kualitas yang sudah tidak diragukan lagi perusahaan dapat menyuplai hotel, apartemen hingga kantor dengan produk terbaik. Pendistribusian produk dilakukan dengan cara pengiriman ekspor maupun impor dikarenakan kualitas bahan baku yang dipakai sangat mencapai kategori terbaik dibandingkan dengan perusahaan industri manufaktur kayu pesaing.

**Tabel 1. 1 Penjualan furniture PT Nippo Tech Sejahtera Gresik**



Sumber: Data perusahaan PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik

Sehubungan dengan permasalahan penjualan pada tahun 2019 sampai 2021, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode promosi guna dapat menarik minat pelanggan untuk membeli produk kembali. Dapat dilihat pada tahun 2020 mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan, untuk itu perlu dilakukan identifikasi penyebab adanya permasalahan diatas. Perbaikan dalam kualitas produk dapat dilakukan dengan cara menganalisa produk agar dapat mengetahui permasalahan apa saja pada penjualan yang terdapat di PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik. Faktor pendukung agar dapat menarik minat pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik dan prima, sehingga dapat memunculkan kesan kepuasan terhadap pelanggan. Berdasarkan uraian permasalahan latar belakang diatas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang terdapat pada latar belakang diatas yakni, sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. NippoTech Sejahtera Gresik?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik?
4. Apakah kualitas produk, promosi dan kualitas layanan berpengaruh secara serentak terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yakni, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara serentak kualitas produk, promosi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nippo Tech Sejahters Gresik.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat adanya penelitian ini yakni, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat menerapkan teori yang penulis pelajari dibangku kuliah ke situasi dunia kerja yang sebenarnya dan memberikan wawasan tentang dampak pengaruh kualitas produk, promosi dan layanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dalam waktu yang tidak terlalu lama, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan dari hasil penelitian ini bisa memotivasi mahasiswa untuk mencapai hasil yang lebih tinggi.

3. Bagi PT. Nippo Tech Sejahtera Gresik

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan sebuah keputusan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk, promosi, dan kualitas layanan.